

Приватний заклад вищої освіти
Одеський технологічний університет «ШАГ»
Кафедра інформаційних технологій та фундаментальної підготовки

Випускна кваліфікаційна робота бакалавра

**«РОЗРОБКА КОМПЛЕКСНОГО ДИЗАЙН-РІШЕННЯ
ДЛЯ БРЕНДУ БАРУ»**

на здобуття бакалаврського рівня вищої освіти
зі спеціальності «122 Комп'ютерні науки»

Виконавці проекту

№	П.І.Б.	Група
1.	Євгенія Валеріївна Главацька	КН-Д-20 2
2.	Анна Дмитрівна Сердюк	КН-Д-20 2

Автор звіту

_____ Євгенія Валеріївна Главацька

Одеса – 2024
Загальне технічне завдання

У сучасному світі, де брендинг є ключовим елементом успішного бізнесу, створення унікального та впізнаваного образу має вирішальне значення. Дана дипломна робота присвячена розробці комплексного рішення для бренду бару «NightCity», стилістика якого натхненна кіберпанковою естетикою і відомою грою «Cyberpunk2077» від компанії CD Project Red.

Головною метою даної роботи є розробка цілісного брендингу для бару «NightCity», що включає дизайн логотипу, фірмового стилю, барного меню та рекламних матеріалів.

Основні завдання:

1. Аналіз стилістичних особливостей кіберпанку та їх застосування в дизайні.
2. Дослідження графічних тенденцій, які сприяють створенню атмосфери гри кіберпанку.
3. Аналіз конкурентів у сфері кіберпанкових барів та тематичних закладів.
4. Розробка логотипу та елементів фірмового стилю для бару «NightCity».
5. Розробка рекламних матеріалів, барного меню та візуальних комунікацій.

Вимоги до функціоналу

Основою бренду компанії є брендбук. Він повинен забезпечити виконавців певним функціоналом:

- Пояснення бачення та опис стратегії.
- Розробка логотипу бренду.
- Інструкція для створення фірмових кольорів, градієнтів, фірмових шрифтів.
- Розробка графічних елементів, фірмові патерни.
- Вимоги до розробки корпоративної символіки бренду (візитні картки, бланки, конверти С4 та DL).

- Перелік рекомендацій щодо створення рекламної кампанії для просування продукту заради здобутку розширення цільової аудиторії та залучення нових клієнтів.

Актуальність теми

«NightCity» — це унікальний бар майбутнього для тих, хто мріє поринути у світ гри «Cyberpunk2077» на повну!

«NightCity» — це більше, ніж просто бар. Це саме те місце, де кожен фанат кіберпанку знайде свій притулок, натхнення і спільноту однодумців, аби разом поринути в атмосферу гри та відчути себе частиною вигаданого світу не тільки за клавіатурою або джойстиком.

Бар «NightCity» — це не просто місце для відпочинку, це портал у світ футуристичного мегаполісу, де кожен гість може відчути себе повноцінною частиною великої та захоплюючої кіберпанк-пригоди у місті мрій! Це цілий світ, де кожна мить стає легендою!

Головна фішка закладу — сувенірна продукція (мерч), присвячена світу гри «Cyberpunk2077» від компанії «CD Project Red», який гості зможуть придбати разом з топовими коктейлями з найкрутіших барів гри та іменними напоями легенд «NightCity»!

Преамбула

У процесі розробки комплексного дизайн-рішення були виконані такі задачі, як розробка брендбуку та розробка відео-презентації проєкту.

Алгоритм, за яким побудована візуальна ідентика брендбуку:

- вступ та опис бренду;
- розробка логотипу;
- фірмові кольори;
- фірмові шрифти;

- графічні елементи;
- фірмові патерни;
- корпоративна символіка;
- рекламна компанія;
- барне меню;
- фірмова продукція;
- підсумковий образ бренду.

Алгоритм, за яким побудована відео-презентація бренду:

- планування та розробка ідеї до відео-презентації;
- розкадрування та підготовка графічних елементів до процесу анімації;
- процес анімації усіх графічних елементів презентації;
- підбір та додавання музичних виконань до відео-презентації;
- експорт проекту.

Під час виконання розробки використовувались наступні програми, технології та інструменти:

1. **Adobe Illustrator** — додаток для створення векторної графіки. В ньому було створено логотип бренду та усю векторну графіку для даного проєкту. Створення логотипу та графіки саме у векторному форматі надає змогу масштабувати лого та графіку не втрачаючи при цьому якість зображення.

2. **Adobe Photoshop** — додаток для растрової графіки і створення прототипів фірмової продукції та рекламної кампанії бренду за допомогою використання мокапів для візуалізації фірмового пакування бренду, а саме картонних коробок, пакетів, склянок, пляшок, блокнотів, наліпок, пінівта вивіски бару.

3. **Adobe InDesign** — додаток, завдяки якому була проведена робота з текстом для брендбуку, а саме створення та додавання правильних і рівних текстових блоків (додавання виключки до текстових блоків, вирівнювання по сітці та інше). Також були створені блоки до фірмового барного меню.

4. **Adobe After Effects** — додаток, завдяки якому була створена уся необхідна анімація для відео-презентації проєкту.

5. **Adobe Premiere Pro** — професійна програма для відеомонтажу, призначена для створення і редагування відеофайлів будь-якого формату у високій якості. За допомогою цієї програми було створено яскраву та стильну відео-презентацію проєкту шляхом поєднання різних відео-нарізок у єдиний відеофайл, демонструючи цілісний образ бренду завдяки стильним ефектам, анімації та переходам між відео-нарізками з додаванням музичних композицій під відео (авторські права на музичні композиції та відео-моменти, що демонструють гру і були використані у даному проєкті для більшого занурення в атмосферу гри, цілком і повністю належать компанії CD Project Red).

Опис розробки

Відповідно до загального технічного завдання, під час розробки комплексного дизайн-рішення було опрацьовано чотири етапи розробки компанії:

1. Стратегія позиціонування бренду;
2. Розробка назви бренду;
3. Візуалізація бренду та паспортизація стилю;
4. Реалізація проєкту.

Нижче розглянемо кожний етап окремо.

Наразі перейдемо до вкладу Євгенії Главацької у проєкті.

Євгенія Главацька, займалась побудовою лого (яке Анна зробила на початку). А саме, робила з ним такі дії: побудова модульної сітки.

Щоб вона забезпечувала візуальний зв'язок між окремими блоками. В мене пройшли виміри такого висновку, що наша буква "С" дорівнює висоті однієї цієї літери, взятої з логотипу "Night City". Також я зробила логотипу мінімальний розмір, який дорівнює 15 x 15 мм.

Ще для логотипу я створила

чорно білу версію, яка буде використовуватись виключно для документації бренду.

Також я оформлювала наші фірмові кольори і вписувала їх позначення. В нас на кожному кольорі вписан: HSB, CMYK, RGB і #.

Також до Анни відмальованих графічних елементів, я малювала жовті плашки, які також пішли в нас на фоновки для оформлення презентації. Вони були змінені по розміру, повернуті в різних ракурсах, іноді накладались один на

одного і був накладений ефект Гауса для розмиття і більшого сяйва +варіативність прозорості у відсотках. Ще також я займалась всією нашою корпоративною символікою.

А саме це були: конверт DL, конверт C4, візитка і бланки.

На всій корпоративній символіці присутній наш лого.

Розмір конверту DL складає 60 x 130 мм.

На зовнішній частині конверта я розташувала наш логотип бренду і розбавила нашими графічними елементами,

а саме самураями і зменшила їм прозорість +абстрактні лінії.

Ще

був обов'язково вписаний напис повногоконтактного блоку, що виконаний нашим фірмовим шрифтом, кегль якого 10 pt., і місце для отримувача. Зворотня сторона

DL залишилась пустою.

З приводу конверту C4, його розмір становив 210 x 297 мм.

Він

може застосовуватись тільки для великих контрактів, договорів в компанії, а також як запрошення. Візуал я йому зробила на зеленому градієнті, з додаванням на фон абстрактними лініями і прикрашеними нашими самураями

(графічними елементами. Також

повний контактний блок і місце для печаті. Зворотня сторона пуста, тільки в кольорі і з абстрактними лініями.

Візитну картку я зробила розміром 90 x 50 мм.

На лицьовій стороні картки я

розмістила наш логотип бренду, із урахуванням модульної сітки.

На звороті розташувала неповний контактний блок, кегль якого

становить 10pt., і розмістила його посередині в свою плашку, в якій був використаний ефект Гауса для сяйва.

Колірна складова

візитки — зелений градієнт з додаванням абстрактних ліній. І нарешті бланки.

Бланків я зробила два: кольорова версія бланку і чорно - біла.

Кольорова версія бланку може застосовуватись тільки для великих контрактів, договорів компанії, а також як запрошення.

Чорно-біла версія для заповнення багатосторінкових контрактів, документів. Розмір бланків однаковий: 210 x 297 мм.

Прикрасила їх самураями знизу і по черзі повертала їх в хаотичні сторони. Також контактні блоки зверху праворуч і зліва зверху логотип.

Також я займалась в проекті створення наших фірмових патернів. В мене їх вийшло чотири.

Їх можна застосовувати в

корпоративній символіці бренда,

конвертах, фірмових ілюстраціях,

рекламній продукції бренду,

а також вітається використання у фірмовій

продукції (мерч), та сувенірній продукції бренду і для оформлення дизайну самого бару (екстер'єр та інтер'єр).

Щодо самого створення патернів, я використовувала за основу для двох патернів - самураїв.

Для інших двох — свої відмальовані і плашки. З приводу кольорів, були використані наші фірмові кольори: чорно-червоний градієнт і червоний колір.

Графічні елементи плашок я

розташовувала хаотично, накладала один на одний і гралась з прозорістю і їх розміром.

Щодо графічних елементів самураї, на одному патерні в менеприсутня послідовність, логічне і рівне відокремлення один від одного. На другому патерні з самураями, я їх трохи нахилила і додалась така некая цікавість.

Також я робила нам фірмовий банер для реклами і флаєр. Флаєр був по розміру 210 x 100 мм. Оформлений візуалом тільки з лицевої сторони, задня частина пуста. Я оформила його завлекаючою фразою "Бар, який варто відвідати!". Звісно наш фірмовий лого, qr код (де людина може подивитись наше меню), тусклі не бросаячі в очі — графічні елементи (самураї і лінії). На стороні правіше, я її відокремила яскравоюжовтою лінією, я виділила місце для нашого повного контактного блоку і помістила це вяскраву плашку, знизу акцентуючи увагу на самураї.

Фірмовий банер. Розмір його становив 1336 x 1280 мм. Я його створювала назеленому градієнті, акцентуючи увагу на голові Сільверхенді, якого я помістилазнизу праворуч. Натякаяючи на те, що він говорить фрази які написані зверху в плашках, а саме: "Приходьте по атмосферу, залишайтеся за напоями!", "Ваше ідеальне місце для відпочинку та веселоців!". Також зліва знизу, я залишила qr код на меню, і праворуч від нього — повн

ий контактний блок.

Зверху зліва розташувала фірмений лого.

Фірмовий банер і флаер помістила на мокапи.

Так змогла їх візуалізувати людям.

І з останнього, я займалась нашою візуалізацією в брендбукі! В нас були представлені:

бутилки, вивеска бару, коробка з упаковочною бумагою, чашка, стакан, бумажні пакети, наліпки, футболка, запальничка і блокнот.

Для них я використовувала наш і фірмові патерни, графічні елементи і лого.

Були знайдені придатні мокапи і грамотно, гарно на них розміщені.

1. Стратегія позиціонування бренду

Цей етап є один із найважливіших, який складає основу всього бренду.

Для будь-якого продукту споживач – головна мета. Задоволення бажань клієнтів приносить користь бізнесу, тому один із початкових параметрів, які необхідно було опрацювати – це визначення цільової аудиторії, яка є частиною стратегії позиціонування.

Враховуючи усі вимоги було виявлено, що цільова аудиторія бренду не обмежена фанатами гри «Cyberpunk2077», адже регулярні тематичні вечірки, музичні виступи та інші заходи дозволяють і іншим творчим особистостям скористатись чудовою можливістю поринути у цей світ неону під звуки синтвейву, провести час з однодумцями та відволіктись від щоденних клопотів. Барвистий інтер'єр, безліч неону, стильний футуристичний дизайн, а також танцпол з крутим лазерним освітленням і музика з гри, що безперервно грає.

І нарешті, головна фішка закладу — сувенірна продукція (мерч), присвячена світу гри «Cyberpunk2077» від компанії «CD Project Red», який гості зможуть придбати разом з топовими коктейлями з найкрутіших барів гри та іменними напоями легенд NightCity!

У рамках роботи було проведено аналіз конкурентів, серед яких розглянуто декілька популярних барів та закладів, що використовують кіберпанкову тематику. Основну увагу було приділено:

- Візуальній айдентиці: логотипи, кольорова палітра, типографіка.

- Інтер'єрним рішенням: використання неонових світильників, металевих конструкцій, інтерактивних елементів.

- Рекламним матеріалам: способи залучення клієнтів через соціальні мережі, друковану рекламу та події.

1. Бар "Neo Tokyo" (Токіо, Японія). Відомий своєю футуристичною естетикою, бар використовує неонове освітлення, металеві та скляні конструкції для створення атмосфери високотехнологічного майбутнього. Логотип бару виконано в стилі ретро-футуризму з використанням яскравих кольорів і японської каліграфії.

2. Бар "Cyberdog" (Лондон, Велика Британія). Інтер'єр бару включає численні інтерактивні елементи, такі як проекції та голограми, що підкреслюють кіберпанкову тематику. Логотип та фірмовий стиль бару розроблені з використанням неонових кольорів та технологічних шрифтів.

3. Бар "Electric Dreams" (Берлін, Німеччина). Бар відомий своїми тематичними вечірками та подіями, що привертають велику кількість відвідувачів. Інтер'єр бару прикрашений численними LED-екранами та неоновими вивісками, що створюють атмосферу майбутнього.

Аналіз показав, що більшість конкурентів зосереджується на створенні атмосфери футуристичного міста з елементами ретро-футуризму та високих технологій. Це дозволило визначити унікальні можливості для бару «NightCity» та знайти шляхи для диференціації від конкурентів.

2. Розробка назви бренду

Назва нашого бару «NightCity» була натхненна однойменним містом із всесвіту гри «Cyberpunk2077», де NightCity — це місто контрастів, яке ніколи не спить. Це мегаполіс майбутнього, що став символом технологічного прогресу, соціальних конфліктів і мрій про краще життя, де кожна вулиця розповідає свою шалену історію, а яскраві неонові вогні затьмарюють зірки.

Наш футуристичний бар «NightCity» втілює цей дух — динамічний, яскравий, живий та повний можливостей, створюючи саме такий простір і атмосферу, де кожен зможе відчувати себе частиною цього невгамовного всесвіту.

Рис.1. Логотип бару «NightCity»

Логотип «NightCity» розроблявся з метою втілити всю глибину і багатогранність кіберпанковської культури та атмосфери гри «Cyberpunk 2077», відображаючи футуристичну, технологічну та водночас романтичну сутність «NightCity».

3. Візуалізація бренду та паспортизація стилю.

Цей етап дозволяє нам сформувати конкурентноздатність нашого бренду, використавши візуальні ідентифікатори дизайну. Брендбук компанії — це офіційний документ, в якому наведені усі стандарти візуального стилю компанії. Він містить у собі зведення інформації та інструкцій до кожної складової бренду.

Головною особливістю даного етапу є чітке пояснення бачення і стратегії бренду, щоб кожен член команди компанії був спроможний однозначно зрозуміти обмеження та можливості при роботі з продуктом та заощадити час на опис бренду новим підрядникам та співробітникам.

Для першочергової презентації розроблена обкладинка брендбуку з логотипом на фірмовому

чорно-зеленому градієнті та прикрашений фірмовими червоними та бірюзовими лініями. Фраза "Wake the fuck up samurai... We have a city to burn" є слоганом бренду.

Рис.2. Обкладинка бренд буку

Опис бренду і логотипу у кольоровому та чорно-білому варіантах на перших сторінках брендбуку дає вступну частину та загальне представлення образу компанії.

Фірмові кольори

Виходячи з базових принципів колористики, був проведений аналіз підходящої за тематикою палітри. Усі кольори та їх використання було прописано у брендбуці за колірною моделлю RGB (Red, Green, Blue), CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key) та HSB (Hue, Saturation, Brightness).

Фірмові шрифти

У брендбі використовується 2 фірмових шрифти, а саме: «New_Zelek Normal» а «Century Gothic» із накресленням Bold. Шрифт «Century Gothic» із накресленням Bold використовується у всій корпоративній символіці цього бренду, а також у барному меню. У брендбуці та у барному меню кегль шрифту становить 10пт.

New Zelek Normal — це чудовий вибір для бару «NightCity», оскільки він ідеально поєднується з графікою бренду, тому його можна зустріти в ілюстраціях, фірмовій упаковці, рекламній кампанії, а також фірмовій графіці бренду.

У брендбуці кегль шрифту становить 36пт для заголовків та 16пт для підзаголовків.

Фірмові патерни

Розроблено чотири фірмових види патернів, які можна змінювати, при цьому не зіпсувавши фірмового стилю. Це може бути різне положення плашечок та/або голів самураїв

на патернах, гра із різними кольорами для фону (але тільки із використанням фірмових кольорів та градієнтів бренду) та використання логотипу в якості графічного елемента (можливо порушення модульної сітки). Застосовувати патерни можна в корпоративній символіці бренду, а також вітається використання у фірмовій продукції (мерчі) та сувенірній продукції бренду і для оформлення дизайну самого бару (екстер'єр та інтер'єр).

Рис.3. Фірмові патерни

Графічні елементи

У фірмовій графіці бренду присутні намальовані голови японських самураїв, що відсилають до традицій та культури цієї країни та тісно пов'язані зі світом кіберпанку і особливо рокером Джонні Сільверхендом, що був тим самим самураєм та мав свою музичну рок-групу з такою назвою.

Також відмальовано багато різних кібер-плашечок, що в залежності від ситуації можуть мати неонове світіння та/або бути різної прозорості для створення ефекту «глибини» на фірмових ілюстраціях бренду та можуть бути використані в оформленні дизайну самого бару і оформленні фірмових патернів бренду.

Текст назви бару «NightCity, що є частиною логотипу, також є частиною стилістичних елементів бренду і може використовуватись в різних ситуаціях, змінюючи його прозорість. Уся фірмова графіка може використовуватись в усій корпоративній символіці бренду.

Рис.4. Графічні елементи

Корпоративна символіка

Конверт DL

Розмір конверту DL складає 60x130мм. На зовнішній частині конверта розташований логотип бренду, фірмові графічні елементи (а саме векторні голови самураїв та фірмові контактний блок, що виконано фірмовим

шрифтом «Century Gothic Bold», кегль якого становить 10пт), і місце для отримувача. Зворотня частина конверту DL лишається пустою. При створенні нової корпоративної символіки потрібно дотримуватись стилістики оригінальних конвертів та бланків. Стиль оформлення не повинен змінюватись.

Рис.5. Конверт DL

Візитні картки

Розмір корпоративної візитної картки складає 90х50мм.

Виконана з використанням фірмових градієнтів та графічних елементів.

На лицьовій стороні картки зображено логотип бренду із урахуванням модульної сітки. На звороті картки розташовується неповний контактний блок, виконаний фірмовим шрифтом "Century Gothic

Bold», кегль якого становить 10 пт. Також як лицьова, так і зворотня частини картки прикрашені фірмовими червоними лініями, що органічно переплітаються між собою.

Рис.6. Візитні картки

Конверт С4

Розмір конверту С4 складає 110х220мм. На зовнішній частині конверта розташований логотип бренду, фірмові графічні елементи (а саме векторні голови самураїв та фірмові бірюзові лінії) та обов'язкові написи повного контактного блоку в лівому нижньому куті, що виконано фірмовим шрифтом «Century Gothic Bold», кегль якого становить 10 пт, і місце для отримувача в правому нижньому куті. Зворотня частина конверту С4 прикрашена фірмовими червоними лініями, що органічно переплітаються між собою. При створенні нової корпоративної символіки потрібно дотримуватись стилістики оригінальних конвертів та бланків. Стиль оформлення не повинен змінюватись.

Рис.7. Конверт С4

Бланки

Розмір бланку складає 210х297мм. Кольорова версія бланку може застосовуватися тільки для великих контрактів, договорів компанії,

а також як запрошення. Оформлення кольорового бланку зроблено

під стилістику бренду із використанням логотипу та графічних елементів.

Чорно-біла версія бланку не відрізняється від кольорової версії.

Вона використовується для заповнення багатосторінкових контрактів, документів. На обох бланках розташований повний контактний блок, виконаний фірмовим шрифтом «Century GothicBold», кегль якого становить 8 пт.

Рис.8. Бланки

4. Реалізація проєкту.

На завершальному етапі була розроблена рекламна продукція (візитні картки, фірмові бланки, конверти, візитні картки). Одним із найкращих та найпопулярніших майданчиків для реклами є соціальна мережа «Instagram», тож було вирішено створити сторінку бару «NighiCity». Наш бренд наголошує саме на цій соціальній мережі, оскільки в ній можна продемонструвати клієнтам свою продукцію та філософію, а також залучити більше нових відвідувачів і створити міцну спільноту

шанувальників бару «NighiCity» та всесвіту гри «Cyberpunk2077».

Виконано розробку дизайну соціальної мережі (рекламні пости та історії).

Особливо зручно просувати різноманітні пости для різних ЦА, завдяки

чому кількість клієнтів буде зростати разом із продажем

фірмових товарів (мерч та сувенірна продукція), і компанія матиме успіх.

Важливо викладати яскравий та стильний контент, що буде відображати дух гри, створюючи унікальну та впізнавану атмосферу для підписників і гостей. Контент сторінки має бути не тільки привабливим і стильним, а ще й із закликом до дії, аби клієнти взаємодіяли зі сторінкою, тим самим просуваючи її в топи.

Наприклад, публікуйте інформацію не тільки про наш бар, але і про останні новини кіберпанківського всесвіту, культурні події, цікаві факти з гри, тощо. Додавайте опитування в сторіс, ігри для підписників, де вони зможуть взаємодіяти з контентом (наприклад, вибір найкращого коктейлю тижня).

При розробці постів для сторінки бару були використані фірмові кольори та градієнти, графічні елементи та ілюстрації, логотип в якості аватарубренду, а також декілька офіційних скріншотів із самої гри «Cyberpunk2077».

Також було розроблено відеоанімацію для використання у рекламі.

Рис.9. Рекламна кампанія. Соціальні мережі

Наружна реклама

Для наружної реклами були розроблені фірмовий флаєр, розміром 210x100 мм, а також фірмовий банер, розмір якого становить 1336 x1280мм. При розробці фірмового флаєру та фірмового банеру були застосовані фірмові градієнти та кольори для фону, фірмова графіка та стилізовані елементи. Обов'язковою частиною як флаєра, так і банеру є логотип бренду і QR-код із посиланням на барне меню. Також на флаєрі та банері розташовані написи, що мають закликатися відвідати бар та відпочити у футуристичній та стильній атмосфері, яка нікого не залишить байдужим і закурить у загадковий всесвіт гри «Cyberpunk2077». Усі написи виконані за допомогою фірмовому шрифту «New_Zelek Normah», що водночас

с читабельним та гарно передає стиль і атмосферу бренду. Невід’ємною частиною флаєра та банеру є повний контактний блок, у якому вказані місце розташування бару, поштовий Індекс, номер телефону, електронна пошта та сайт бару. Контактний блок виконано за допомогою фірмового шрифту «Century Gothic Bold».

Рис.10. Рекламна кампанія. Наружна реклама

Барне меню

Барне меню являє собою три двосторонні квадратні листи розміром 210х210 мм. На зворотній частині кожного листу, по центру, розміщено напис «Зроблено в Найт-Сіті» англійською мовою, написаний фірмовим шрифтом «New_ZelekNormal». Також назви коктейлів написані цим же футуристичним шрифтом «New_Zelek Normab», нагадуючи неонові вивіски та рекламні борди зігри. Кегль шрифту становить 22пт в обох випадках.

Опис кожного унікального коктейлю був узятий напряму зі гри, поданий у червоному кольорі (у брендбуці він жовтий), та написаний за допомогою шрифту «Century Gothic Bold», кегль якого становить 16пт. Звичайні текстові блоки також написані за допомогою шрифту «Century GothicBold», кегль (16пт) та колір (червоний) ті самі.

Рис.11. Барне меню

Меню бару «NighiCity» — це не просто перелік напоїв, а справжня подорож у фантастичний світ гри «Cyberpunk2077», де кожен елемент дизайну та кожен коктейль створені для того, щоб гості нашого бару відчули себе повноцінною та безпосередньою частиною цього атмосферного та яскравого всесвіту.

Меню бару «NighiCity» є основною фішкою закладу, адже завдяки автентичним коктейлям, створеним за рецептами із барів у грі, воно повністю занурює гостей у неймовірний світ гри «Cyberpunk2077». Кожен коктейль відтворює той самий смак та візуальний ефект, що точно відповідає напоям, які

можна знайти у барі «Посмертя», «Райот», «Сенцон Тоточтін» та інших знакових місцях фантастичного міста мрій Найт-Сіті. Для зручності, та аби ще раз підкреслити еру технологічності та цифровізації у світі гри «Cyberpunk2077» було розроблено спеціальний QR-код, яким можна легко скористатися, якщо вам знадобиться переглянути барне меню.

Рис.12. Барне меню. QR-код

Фірмова продукція

Розроблена нами фірмова сувенірна продукція компанії (мерч), який також можна придбати у нашому барі або через сторінку бару в Instagram. Це крутезні аутентичні пляшки, келихи та сувенірні чашки у фірмових подарункових коробках та/або фірмових крафтових пакетах, а також блокноти, піни та наліпки із фірмовою графікою, ілюстраціями та стилеобразуючими елементами, що точно сподобаються як справжньому фанату гри, так і будь-кому, хто полюбляє стильні та незвичні речі. Цю сторінку можна поповнювати та створювати різні сувеніри для клієнтів. На сувенірах слід використовувати фірмові стилеобразуючі елементи та графіку у стилі компанії, в першу чергу посилаючись на всесвіт гри «Cyberpunk2077».

Рис.13. Фірмова продукція

Критичний самоаналіз результатів

Наш проєкт унікальний тим, що такого бару, створеного за мотивами гри, ми ще не бачили. У нашому проєкті зібрані численні елементи, які максимально відображають атмосферу гри. Це може привабити та зацікавити як людей, що вже грали в гру, так і тих, хто лише чув про неї. Вони можуть відвідати наш бар, насолодитися атмосферою, музикою, брендингом, мерчем та смачними унікальними коктейлями, яких точно немає в жодному барі, адже за основу

взялися реально існуючі коктейлі, що продаються у топових барах міста Night City у грі «Cyberpunk2077».

Ми активно розповсюджуємо інформацію про бар через соціальну мережу Instagram, рекламні банери та флаєри. Наш дизайн є яскравим та запам'ятовуваним, що точно приверне увагу людей.

Наша цільова аудиторія дуже широка: від молоді до осіб середнього віку, оскільки грати в цю гру можуть різні люди.

Ми вважаємо, що проєкт виконує свою основну функцію та досягає поставлених цілей. У майбутньому ми можемо розширити ідею, створити ресторан, додати страви в меню, активно просувати нові події та акції, залучати відомих блогерів і геймерів для співпраці. Ми також плануємо запровадити інтерактивні елементи, такі як квестита ігри, які додатково занурять відвідувачів у світ гри. Завдяки цим нововведенням, ми маємо намір стати ще більш популярними та привабливими для відвідувачів, перетворюючи наш бар у справжній центр розваг і спілкування для всіх шанувальників гри і всесвіту кіберпанку та нових гостей.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Підбір палітри та кольорів: <https://color.adobe.com/ru/create/color-wheel>
2. Pinterest: <https://nl.pinterest.com>
3. Behance: <https://www.behance.net>
4. Підбір шрифтів: <https://webfonts.pro/decorative-fonts/341-new-zelek.html>
<https://webfonts.pro/base-web-fonts/sans-serif-grotesque/493-century-gothic.html>
5. Офіційний сайт гри «Cyberpunk2077» <https://www.cyberpunk.net/us/en/>
6. Офіційний сайт компанії «CD Project» (розробник гри «Cyberpunk2077») <https://www.cdprojektred.com/en>

7. Офіційні трейлери гри «Cyberpunk2077» <https://youtu.be/qIcTM8WXFjk?si=-0zANFXKs0JHW-Z8>
<https://youtu.be/8X2kIfS6fb8?si=tu7yKi3Ayzj06wj9>
<https://youtu.be/gt943-HQzGc?si=NmmKf8OyrffC8gxu>